

## UPAYA PENGEMBANGAN INDUSTRI BATIK DI INDONESIA

### *Batik Industry Development Efforts In Indonesia*

**Abi Pratiwa Siregar, Alia Bihrajihant Raya, Agus Dwi Nugroho, Fairuz Indana, I Made Yoga Prasada, Riesma Andiani, Theresia Gracia Yunindi Simbolon, dan Agustina Tri Kinasih**

Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada

---

#### Korespondensi Penulis

Email : [abipratiwasiregar@ugm.ac.id](mailto:abipratiwasiregar@ugm.ac.id)

Naskah Masuk : 06 Februari 2020

Revisi : 10 Maret 2020

Disetujui : 19 Maret 2020

---

Kata kunci : industri Batik, pengembangan, permasalahan, *printing* bermotif batik

Keywords : *printed batik, development, batik industry, problems*

---

#### ABSTRAK

Sejak pengakuan UNESCO pada tahun 2009, batik berkembang lebih cepat dibanding tahun-tahun sebelumnya. Namun demikian, hingga saat ini ketersediaan *printing* mengenai perkembangan batik masih menjadi kendala yang belum terselesaikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan batik ditinjau dari jumlah usaha, jumlah tenaga kerja, kapasitas produksi, dan permasalahan yang dihadapi oleh industri batik serta merumuskan upaya dalam pengembangan industri batik. Penelitian ini dilakukan di 27 provinsi di Indonesia dengan menggunakan metode deskriptif analitis menggunakan data primer dan data sekunder. Berdasarkan hasil penelitian, diperkirakan jumlah industri batik di Indonesia mencapai 6.120 unit dengan tenaga kerja sebanyak 37.093 orang dan mampu mencapai nilai produksi sekitar 407,5 miliar rupiah per bulan atau setara 4,89 triliun rupiah per tahun. Permasalahan yang dihadapi industri batik terdiri dari *printing*, bahan baku, keterampilan tenaga kerja, pengembangan usaha kain lokal, pengelolaan limbah, pembinaan dan pendampingan oleh Organisasi Perangkat Daerah (OPD), persaingan dengan *printing* bermotif batik. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengembangkan batik yaitu memperbaharui *printing* industri batik, koordinasi sistem *database* batik, pemanfaatan sumber daya alam lokal dengan meningkatkan penggunaan pewarna alam, optimalisasi pembinaan industri dan peran Balai Latihan Kerja (BLK) dalam peningkatan keterampilan tenaga kerja, sosialisasi potensi batik, pembangunan pengolahan limbah dan peningkatan kesadaran industri batik mengenai pengelolaan limbah, penguatan brand batik tulis dan batik cap, dan advokasi dan pemasaran sosial kepada konsumen mengenai batik tulis dan batik cap.

#### ABSTRACT

Since UNESCO's recognition in 2009, batik has developed faster than in previous years. However, until now the database on the development of batik is still an unfinished solution. The purpose of this study was to determine the development of batik in terms of the number of businesses, the number of workers, production capacity, and problems related to the batik industry as well as formulating development efforts in the batik industry. This research was conducted in 27 provinces in Indonesia using descriptive-analytical methods using primary data and secondary data. Based on the research results, it is estimated that the number of batik industries in Indonesia reached 6.120 units with a workforce of 37,093 people and was able to reach a production value of around 407.5 billion rupiahs per month or equivalent to 4.89 trillion rupiahs per year. Problems related to the batik industry consist of basic data, raw materials, work skills, local fabric development, waste management, guidance and assistance by the Regional Organization of Organizations (OPD), competition with printed batik.

*Efforts can be made to develop batik, such as updating the batik industry database, batik system database, utilizing local natural resources by increasing the use of natural dyes, optimizing industrial development and the role of the Vocational Training Center (BLK) in increasing workforce, socializing the potential of batik, construction of waste treatment and increasing awareness of the batik industry about waste management, strengthening of written and printed batik brands, and advocacy and social marketing for consumers regarding written batik and printed batik.*

---

## PENDAHULUAN

Batik merupakan karya seni adiluhung bangsa Indonesia yang dikenal sejak zaman kerajaan Majapahit dan terus berkembang hingga saat ini (Salma & Eskak, 2012). Namun demikian, karena perlindungan hukum terhadap kekayaan intelektual masyarakat asli tradisional masih lemah, batik pernah diakui sebagai milik negara lain atau milik perusahaan swasta (Patji, 2010; Tololiu, 2014). Menanggapi hal tersebut, Indonesia menyiapkan berbagai kajian, seminar, dan *workshop*/pameran terkait batik untuk kemudian mengambil upaya hukum.

Perlindungan hukum terhadap batik dilakukan melalui keanggotaan Indonesia di UNESCO (Randa & Rani, 2014). Pada tanggal 3 September tahun 2008, pemerintah menominasikan batik dan akhirnya diterima untuk diproses oleh UNESCO beberapa bulan kemudian (Lusianti & Rani, 2012). Menjelang akhir tahun 2009, UNESCO secara resmi mengakui batik sebagai warisan budaya tak benda (Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and the Intangible Heritage of Humanity*)), tepatnya tanggal 2 Oktober 2009 ((Setiawan et al., 2014; Aditya, 2015; Triana & Retnosary, 2020)

Adanya pengakuan secara resmi dari lembaga internasional terhadap batik

berkorelasi positif dengan jumlah permintaan (Suliyanto et al., 2015). Pemerintah memberikan himbauan agar para pegawai negeri menggunakan batik pada hari-hari tertentu, khususnya pada peringatan Hari Batik Nasional (Nurainun et al., 2008). Sedangkan masyarakat umum semakin bangga menggunakan batik, baik untuk yang tua maupun kaum muda (Utami & Triyono, 2011).

Dampak lain pengakuan UNESCO adalah bertambahnya variasi teknik membatik (Wulandari, 2011). Saat ini terdapat batik yang dibuat secara tulis, lukis, dan cap (Singgih, 2016). Ketiga jenis batik tersebut merupakan buatan tangan (*handmade*), sehingga proses pembuatannya relatif lama dan harga jualnya relatif mahal. Akibatnya, tidak seluruh masyarakat dapat membeli (Kina, 2013).

Seiring berkembangnya teknologi, saat ini telah tersedia jenis *printing* bermotif batik, yaitu tekstil bermotif batik yang dihasilkan melalui proses sablon. Sistem produksi tersebut menghasilkan tekstil bermotif batik secara massal dalam waktu singkat, dan mampu dijual dengan harga relatif murah dibandingkan batik cap, apalagi batik tulis (Setiawati et al., 2011; Nawawi, 2018). Menurut Kurniasih (2018), apabila dihadapkan pada produk yang sama, konsumen cenderung memilih harga yang

lebih murah. Hal tersebut terjadi pada industri batik. Masyarakat awam cenderung membeli *printing* bermotif batik dibanding batik jenis lainnya.

Industri batik tidak saja terancam oleh batik tiruan produksi lokal melainkan juga produksi negara lain (Oscario, 2014; Masiswo et al., 2017). Sejak tahun 2012 hingga 2014, impor produk tekstil batik dan motif batik naik 17,9% atau sebesar US\$13,25 juta (Handoyo & Wikanto, 2015). Fenomena ini merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari, khususnya bagi produsen batik cap, karena target/segmen pasarnya sama dengan *printing* bermotif batik (Setiawati et al., 2011).

Lebih lanjut, status yang diberikan UNESCO kepada batik tidak hanya membawa manfaat namun juga tanggung jawab yang besar. Pemerintah diminta untuk sanggup menjaga, melestarikan, dan mewariskan secara estafet kepada generasi yang akan datang. Jika tidak dilaksanakan, maka sanksinya adalah dicabut atau dihapus dari daftar warisan budaya dunia (Asri, 2018).

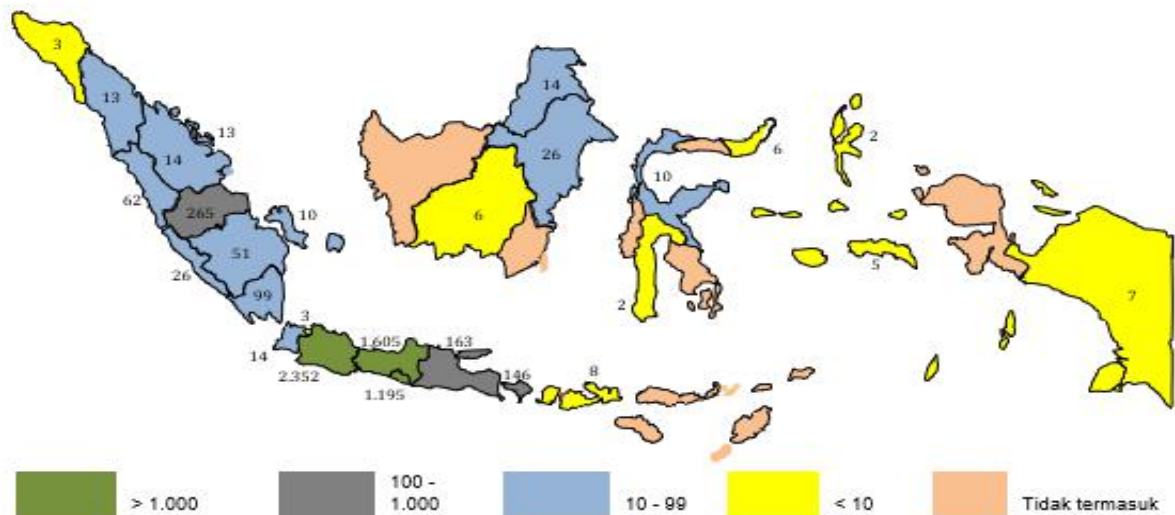
Atas dasar hal tersebut, pemerintah perlu merumuskan upaya yang efektif dalam mengembangkan batik di Indonesia. Apabila industri batik dibiarkan bersaing dengan *printing* bermotif batik melalui mekanisme pasar, maka akan kalah dan terpaksa menutup usahanya (Setiawati et al., 2011). Lebih lanjut, jika *printing* bermotif batik mendominasi industri batik, maka hal tersebut tidak sejalan dengan filosofi batik sebagai sebuah teknik dan proses yang bersama di dalamnya ada motif/pola dengan nilai seni yang dihasilkan dan bernilai ekonomi (Nawawi, 2018).

Tantangan lain dalam pengembangan batik adalah ketersediaan data. Setelah sepuluh tahun memperingati Hari Batik Nasional, Indonesia belum memiliki data batik yang mutakhir. Terakhir kali pada tahun 2012, industri batik di Indonesia sebanyak 40.922 unit dengan nilai produksi Rp. 3,1 triliun. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui jumlah industri, jumlah tenaga kerja, kapasitas produksi, dan permasalahan serta merumuskan upaya dalam pengembangan industri batik.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan sejak November hingga Desember tahun 2019 di 27 provinsi dari total 34 provinsi di Indonesia. Total responden sebanyak 53 industri batik dan untuk menggali informasi lebih dalam, dilakukan wawancara dengan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di setiap provinsi. Tujuh provinsi yang tidak termasuk lokasi penelitian adalah Nusa Tenggara Timur, Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan, Gorontalo, Sulawesi Barat, Sulawesi Tenggara, dan Papua Barat. Hal ini dikarenakan tidak adanya industri batik berdasarkan informasi dari OPD di masing-masing wilayah tersebut.

Metode penelitian ini adalah deksriptif analitis yaitu suatu metode yang memberikan gambaran keadaan yang sebenarnya dari obyek yang diteliti berdasarkan fakta-fakta yang ada dengan cara mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis berbagai macam data sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan (Rori, 2013). Data dalam penelitian ini



(keterangan: na = tidak termasuk sebagai lokasi penelitian)  
Sumber: Pemerintah Daerah Provinsi di Indonesia (2019)

terdiri dari data primer yang berasal dari wawancara kepada dinas perindustrian (OPD), asosiasi dan industri batik dan data sekunder yang berasal dari para pemangku kepentingan terkait industri batik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

## Jumlah Industri Batik di Indonesia

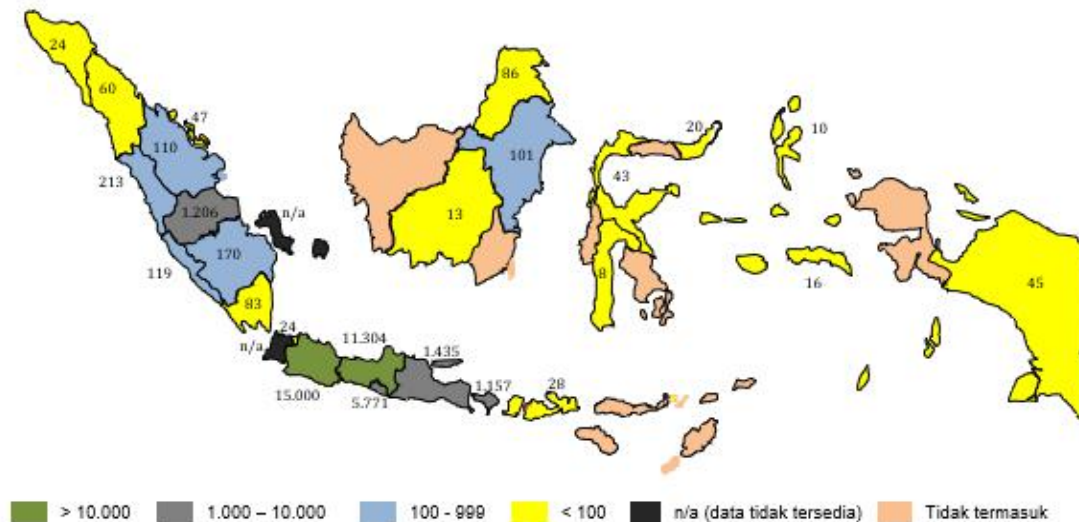
Status wilayah penghasil batik masih melekat pada Pulau Jawa. Delapan puluh tujuh persen industri batik di Indonesia tersebar di Jawa Barat (38,42%), Jawa Tengah (26,22%), Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) (19,52%), Jawa Timur (2,66%), Banten (0,23%), dan Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta (0,05%) sedangkan di luar Pulau Jawa industri batik terbanyak berada di Provinsi Jambi.

Provinsi Jawa Barat menempati peringkat satu dengan jumlah industri batik terbanyak. Hal ini tidak terlepas dari status Cirebon yang merupakan salah satu sentra batik dan telah mengukir perjalanan panjang

hingga saat ini (Handayani, 2018). Di wilayah ini, beberapa perajin batik bahkan telah memiliki cabang di kota besar lain, seperti Jakarta dan Yogyakarta sehingga pemasarannya semakin meluas. Selain itu, ada beberapa perajin batik tulis besar yang berhasil ekspor (Wahyuningsih & Fauziah, 2016). Perkembangan industri batik di Cirebon juga dipengaruhi oleh pesanan motif khas dari daerah lain seperti Sumatera Selatan karena keterbatasan sumber daya manusia di wilayahnya (Suryani, 2017).

Di luar Pulau Jawa, perkembangan industri batik di Provinsi Jambi merupakan yang paling masif. Jika ditinjau berdasarkan sejarahnya, perkembangan batik di wilayah ini juga tidak terlepas dari perkembangan kerajaan dan penggunaan batik yang awalnya terbatas pada keluarga kerajaan, kerabat kerajaan, maupun kaum bangsawan (DISBUDPAR Jambi, 2017).

Batik Jambi memiliki daya saing untuk  
berkompetisi di pasar lokal maupun



**Gambar 2.** Persebaran Industri Batik di Indonesia menurut Jumlah Tenaga Kerja  
Sumber: Pemerintah Daerah Provinsi di Indonesia (2019)

nasional. Faktor pendukungnya antara lain spesifikasi produk, infrastruktur, kebijakan pemerintah, sumber daya manusia dan IPTEK. Kebijakan pemerintah diwujudkan dalam bentuk peningkatan sarana dan fasilitas pemasaran seperti *showroom* Dewan Kerajinan Nasional Daerah Jambi, *Art Shop* Kembang Seri Wisma Perwakilan Jambi-Jakarta, *Showroom* Kembang Seri Jambi, Balai Kerajinan Rakyat Selaras Pinang Masak Mudung Laut Seberang Jambi dan Galeri Batik Berkah Jambi (Raf, 2012).

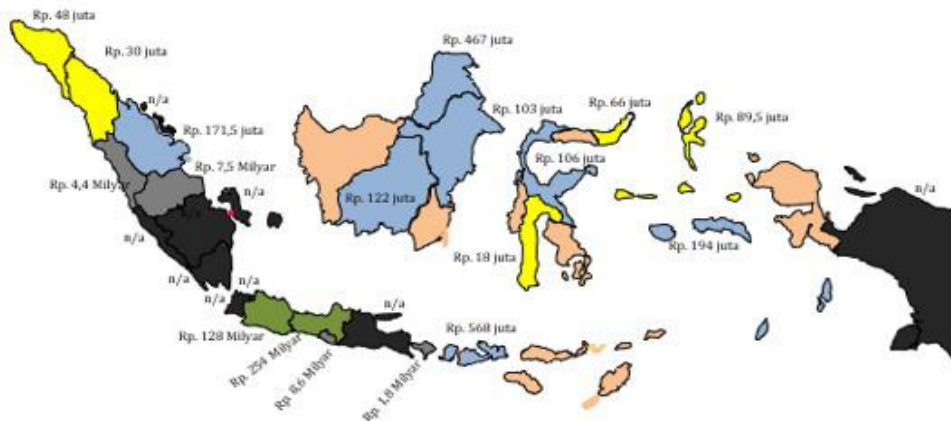
### Jumlah Tenaga Kerja Industri Batik di Indonesia

Sejauh mana industri batik berperan di masyarakat dapat ditinjau melalui berapa banyak tenaga kerja yang diserap oleh industri batik tersebut. Selain itu, banyaknya tenaga kerja yang dilibatkan bisa menjadi indikasi terhadap jenis batik yang dihasilkan.

Untuk 1 lot (110 potong) batik tulis membutuhkan waktu 6.594 menit (Rinawati et al., 2013), sementara batik cap sejak awal pemotongan kain hingga *penglorodan* kurang lebih 912 menit (Rinawati et al., 2012). Di sisi lain, *printing* bermotif batik dihasilkan melalui proses sablon dengan lama pembuatan sekitar 5 menit (Suhardi et al., 2017). Pada batik tulis dan cap, kebutuhan atas tenaga kerja relatif tinggi karena pada setiap tahapannya dikerjakan secara manual. Sedangkan *printing* bermotif batik menggunakan mesin sehingga tidak butuh banyak tenaga kerja.

Jika berdasarkan wilayah, maka Jawa Tengah, Aceh, dan Jawa Timur merupakan tiga wilayah teratas, di mana setiap industri batiknya menyerap tenaga kerja masing-masing sebanyak 12 orang, 10 orang, dan 9 orang.





**Gambar 3.** Persebaran IKM Batik di Indonesia menurut Nilai Produksi  
Sumber: Pemerintah Daerah Provinsi di Indonesia (2019)

### Nilai Produksi Industri Batik di Indonesia

Berdasarkan hasil pengumpulan data, diketahui nilai produksi batik di Indonesia mencapai 407,5 miliar rupiah per bulan atau setara 4,89 triliun rupiah per tahun. Pencapaian produksi tersebut ditopang oleh tenaga kerja sebanyak 37.093 orang. Diperkirakan jumlah tenaga kerja dan nilai produksi batik yang tercatat masih di bawah dari nilai aktual (*undervalued*) karena beberapa provinsi tidak memiliki *printing* tentang nilai kedua variabel tersebut.

### PERMASALAHAN INDUSTRI BATIK DI INDONESIA

Antusiasme masyarakat di Indonesia terhadap batik baik untuk pakaian formal maupun sehari-hari semakin tinggi dari waktu ke waktu. Namun demikian, industri ini juga tidak terlepas dari berbagai permasalahan. Dimulai dari ketersediaan *printing*, faktor produksi seperti bahan baku dan tenaga kerja, hingga fokus dalam pengembangan kain lokal.

**Tabel 1.** Permasalahan Industri Batik di Indonesia

No	Keterangan	Parameter	%
1	<i>Printing</i>	a. <i>Database</i> tidak update	4
		b. <i>Database</i> perlu verifikasi ulang	4
		c. <i>Database</i> lengkap	43
		d. <i>Database</i> tidak lengkap	31
		e. Tidak ada <i>database</i>	19
2	Bahan Baku	a. Kesulitan bahan baku	66
		b. Tidak kesulitan bahan baku	34
3	Keterampilan tenaga kerja	a. Tenaga kerja kurang terampil	58
		b. Tenaga kerja terampil	42
4	Pengembangan usaha kain lokal	a. Fokus pada kain lokal	26
		b. Mengembangkan seluruh jenis kain tidak hanya lokal	74
5	Pengelolaan limbah	a. Tidak melakukan	81
		b. Melakukan	19
6	Persaingan dengan <i>printing</i> bermotif batik	a. Ya	48
		b. Tidak	52

### **Printing**

Ketersediaan *printing* yang valid dan mutakhir merupakan salah satu prasyarat untuk menyusun rencana pengembangan yang efektif dan efisien. Dari total 27 provinsi, sebagian besar tidak memiliki *printing* atau tidak memperbaharui data. Hal yang menjadi alasan antara lain belum adanya komunikasi antara pemerintah daerah dan industri batik, dan keterbatasan anggaran untuk melaksanakan pengumpulan data.

### **Bahan baku**

Bahan baku merupakan salah satu komponen strategis dalam industri batik. Bagi industri batik yang berada di Pulau Jawa, bahan baku relatif mudah untuk dijangkau. Kondisi sebaliknya dihadapi industri batik di luar Pulau Jawa, di mana bahan baku dibeli dari Pulau Jawa sehingga harus dikirimkan dan membutuhkan waktu yang relatif lama. Hal ini berdampak pada kurang lancarnya aktivitas produksi dan meningkatnya biaya produksi.

### **Keterampilan tenaga kerja**

Produksi batik, khususnya batik cap dan batik tulis membutuhkan keterampilan dan ketelitian. Oleh karena itu, tidak semua orang bisa membuat batik. Bagi industri batik di Pulau Jawa, tenaga kerja terampil relatif mudah ditemukan. Sementara bagi industri batik di luar Pulau Jawa, pada umumnya mengundang perajin batik dari Pulau Jawa untuk memberi pelatihan dalam kurun waktu tertentu. Setelah itu, mengupayakan SDM lokal yang telah terlatih untuk menjadi tenaga kerja.

### **Pengembangan usaha kain lokal**

Beberapa wilayah di luar Pulau Jawa lebih fokus pada pengembangan usaha kain lokal yang sudah ada sejak lama dibandingkan batik yang baru saja disosialisasikan oleh pemerintah sejak adanya pengakuan UNESCO. Sebagai contoh, Provinsi Sumatera Selatan, Sulawesi Tenggara, Nusa Tenggara Barat, dan provinsi di Kalimantan memiliki kain lokal yang lebih berkembang daripada usaha batik.

Usaha kain lokal tersebut bahkan telah menembus pasar ekspor. Serapan pasar terhadap kain lokal ini juga sangat tinggi sehingga OPD di provinsi dan industri lebih memilih mengembakan usaha kain lokal. Akibatnya insentif bagi usaha batik masih rendah dan membuat industri batik kurang berkembang.

### **Pengelolaan limbah**

Sebagian besar industri batik di Pulau Jawa menggunakan bahan pewarna buatan. Keadaan ini dapat menjadi masalah di waktu yang akan datang karena limbah yang dihasilkan belum dikelola. Bahkan, banyak industri yang membuang limbah ke sungai. Dampaknya, warna sungai berubah dan menghasilkan bau tidak sedap. Hal ini dapat merugikan masyarakat yang mengandalkan sungai sebagai mata pencaharian atau aktifitas sehari-hari.

### **Persaingan dengan *printing* bermotif batik**

Perkembangan usaha *printing* bermotif batik pada prinsipnya sangat mengganggu keberlanjutan industri batik. Keunggulan produk *printing* bermotif batik adalah bisa dihasilkan dalam jumlah banyak namun

waktunya relatif singkat. Namun demikian, apabila industri batik dihadapkan pada segmen pasar yang sama, industri batik tulis dan batik cap akan kalah dari sisi harga dan kuantitas produk.

Usaha *printing* bermotif batik sebagian besar dimiliki oleh pengusaha bermodal besar dengan kecenderungan berorientasi keuntungan tanpa memperhatikan kelestarian budaya. Terkait hal ini, persaingan batik tulis dan batik cap dengan usaha *printing* bermotif batik terjadi di setiap wilayah yang memiliki industri batik, baik di Pulau Jawa maupun di luar Pulau Jawa.

Pada akhirnya, ada industri batik yang awalnya hanya ingin fokus pada batik tulis dan/atau batik cap juga terpaksa menjual *printing* bermotif batik. Alasannya untuk memenuhi permintaan pasar dalam jumlah banyak seperti seragam kantor atau sekolah dan untuk menjangkau konsumen menengah ke bawah.

Masyarakat belum memahami perbedaan antara *printing* dengan batik cap dan tulis, sehingga variabel utama dalam memilih batik adalah harga. Tidak dapat dipungkiri, pemerintah daerah juga dalam beberapa kegiatan turut serta membeli produk *printing* bermotif batik untuk keperluan seragam.

Bagi beberapa industri, usaha *printing* bermotif batik ini tidak dapat dikatakan sebagai batik seperti halnya tulis dan cap. Sebab proses pembuatannya hanya disablon. Dari aspek budaya, *printing* bermotif batik memiliki motif atau unsur budaya daerah namun dalam proses pembuatannya, mengusung modernisme melalui penggunaan alat atau mesin sablon.

### **Pembinaan dan pendampingan oleh OPD**

Selain permasalahan yang sudah dicantumkan pada Tabel 1 di atas berdasarkan hasil observasi di lapangan, salah satu tantangan dalam pengembangan batik adalah tekad dari pemerintah daerah melalui OPD terkait. Beberapa OPD (Dinas Perindustrian) di provinsi di Pulau Jawa sangat aktif dalam melakukan pembinaan. Pembinaan terkait dengan peningkatan keterampilan industri batik baik dalam proses produksi maupun pemasaran. Namun demikian, pembinaan ini belum sepenuhnya menjangkau seluruh industri. Bahkan, ada industri di Kabupaten Bangkalan yang sudah lama tidak mendapat pelatihan dari dinas.

## **STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI BATIK DI INDONESIA**

### **Memperbaharui *printing* industri batik**

Kegiatan memperbaharui *printing* industri batik perlu diupayakan oleh dinas perindustrian di tingkat kabupaten/kota dan provinsi. Dinas tersebut dapat bekerjasama dengan Pelayanan Terpadu Satu Pintu sehingga *printing* dapat diperbaharui secara berkala.

Langkah lain yang dapat ditempuh adalah menjalin kerja sama dengan asosiasi pengusaha/perajin batik baik di tingkat kabupaten/kota maupun provinsi. Untuk menyusun *database* yang baik, maka data yang diperlukan antara lain: kode industri, nama industri, nama merk, nomor IUI, nomor SNI, nama pemilik, alamat industri, nomor telepon, jumlah tenaga kerja, jenis produk batik, jumlah produksi, nilai produksi, nilai investasi, jenis bahan baku,



kebutuhan bahan baku, ketersediaan alat, jumlah penjualan, dan wilayah pemasaran.

### **Koordinasi sistem *database* batik**

Apabila *printing* industri batik di tingkat provinsi belum tersedia, maka data yang berada di pusat juga belum tentu sesuai dengan kondisi faktual di setiap wilayah di Indonesia. Pada saat ini, koordinasi sistem pendataan batik di antara pemerintah provinsi, kota/kabupaten bahkan pemerintah pusat belum terlaksana dengan baik. Sebagai contoh, beberapa daerah menyatakan telah melaporkan langsung data batik ke pusat melalui sistem *online*. Namun, pada kenyataannya provinsi, kabupaten dan kota tidak mempunyai rekapitulasi data tersebut karena pemerintah pusat tidak memberikan akses data kepada dinas. Hal ini tentu saja merugikan industri yang telah mempunyai izin usaha industri tetapi keberadaannya tidak diketahui oleh pemerintah daerahnya.

### **Pemanfaatan sumber daya alam lokal dengan meningkatkan penggunaan pewarna alam**

Ketergantungan pewarna kimia yang ketersediaannya hanya ada di Pulau Jawa menyebabkan usaha batik di luar Pulau Jawa mengalami kesulitan dalam pengadaan bahan pewarna. Proses pengiriman bahan pewarnanya tentunya membutuhkan waktu distribusi yang lama serta biaya tinggi. Masalah ini dapat terselesaikan apabila industri batik mampu memanfaatkan pewarna alam yang ada di wilayah sekitar usaha. Banyak sekali bahan pewarna yang tersedia di alam, misalnya indigofera, kulit kayu, sari daun atau buah dan sebagainya. Proses ini nantinya akan

meningkatkan kearifan lokal dan kekhasan warna batik dari masing-masing wilayah. Selain itu, permasalahan lingkungan terkait limbah pewarna batik dapat diminimalisir.

Untuk meningkatkan minat industri menggunakan bahan pewarna alami maka dinas harus aktif melaksanakan sosialisasi. Bahkan, apabila memungkinkan dinas menjalin kerja sama dengan eksportir untuk mengirim batik tersebut ke luar negeri. Hal ini sangat mungkin terjadi karena pembeli di luar negeri sangat menyukai batik dengan bahan pewarna alami.

### **Optimalisasi pembinaan industri dan peran BLK dalam peningkatan keterampilan tenaga kerja industri**

Dinas dan asosiasi perlu mengupayakan pelatihan yang sebisa mungkin mengutamakan para perajin baru karena cenderung lebih cepat dalam mengadopsi hal yang baru. Hal ini dicontohkan oleh Dinas Perindustrian Provinsi Bengkulu yang mendorong peserta pelatihan berusia 18-35 tahun. Lulusan pelatihan diharapkan mampu menjadi tenaga kerja terampil dalam usaha batik.

Solusi lain adalah peningkatan keterampilan teknik membatik melalui kerjasama dengan Balai Latihan Kerja (BLK). BLK diharapkan dapat membekali tenaga muda dengan materi mengenai kemampuan teknis produksi maupun pemasaran batik. Selain itu, jika peserta pelatihan telah lulus maka BLK juga dapat memberikan bantuan berupa alat standar produksi batik seperti meja produksi, cap/canting, wajan dan kompor.

Langkah lain yang dapat diadopsi dicontohkan oleh Provinsi Sumatera Barat dan NTB. Kedua wilayah ini berupaya

meningkatkan keterampilan sumber daya manusia melalui pembentukan SMK batik. Langkah konkret ini dapat diimplementasikan juga di wilayah lain. Akan tetapi, jika dirasa akan menelan biaya yang relatif tinggi, upaya selanjutnya yang bisa dilakukan adalah melibatkan batik sebagai mata pelajaran. Misalnya, membuat batik sebagai muatan lokal kurikulum.

### **Sosialisasi potensi batik**

Untuk meningkatkan minat berbisnis batik, khususnya di luar Pulau Jawa maka perlu ada sosialisasi secara berkala mengenai potensi bisnis batik. Masyarakat saat ini belum mengetahui bahwa usaha batik mampu memberikan penerimaan cukup besar. Selain itu, potensi ekspor batik juga sangat tinggi karena batik merupakan warisan budaya yang diakui dunia.

Untuk mempercepat sosialisasi potensi batik ini, dapat bekerjasama dengan *public figure* dan disampaikan baik dalam *event* seperti pameran maupun media sosial. Lebih lanjut, dapat juga melibatkan desainer lokal/nasional untuk mengolah kain batik menjadi lebih *fashionable*.

### **Penguatan *brand* batik tulis dan batik cap**

Menurut keterangan OPD dan industri batik, usaha *printing* bermotif batik telah menghilangkan esensi dan aspek seni pada pembuatan batik. Esensi batik adalah pewarnaan dengan teknik menutup bagian yang tidak diwarnai dengan lilin. Selain itu juga pengakuan dunia atas batik dilihat sebagai warisan kekayaan dunia karena aspek seni motif batik.

Oleh karena itu, perlu adanya pemisahan kode usaha bagi batik dengan

tekstil. Batik sebaiknya tidak hanya dimaknai sekedar kain bergambar seperti desain pada industri tekstil tetapi batik adalah sebuah proses pewarnaan kain dengan melalui tahapan penutupan kain menggunakan lilin dan fiksasi warna sehingga menghasilkan motif ciri khas kewilayahan sebagai sebuah karya seni.

Langkah lain yang dapat dilakukan adalah adanya informasi yang tegas dan jelas terkait jenis produk (batik tulis/batik cap/batik tulis) di pengusaha batik baik dalam bentuk toko modern atau di pasar tradisional.

### **Pembangunan pengolahan limbah dan peningkatan kesadaran industri batik mengenai pengelolaan limbah**

Upaya yang dapat dilakukan dalam mengatasi permasalahan limbah batik adalah mengadakan instalasi pengolahan air limbah (IPAL). Proses membangun IPAL dapat memanfaatkan pendanaan, baik swadaya industri batik, pemanfaatan dana APBD/APBN maupun akses dana CSR perusahaan.

Pasca pembangunan IPAL, maka perlu diadakan pembimbingan untuk meningkatkan kesadaran industri batik untuk pengelolaan limbah. Proses ini menjadi penting karena kondisi faktual membuktikan kesadaran industri batik untuk mengelola limbah masih rendah. Bahkan, di Kabupaten Pekalongan sebagai salah satu sentra batik di Indonesia, sebenarnya sudah dibangun IPAL namun saat ini tidak digunakan oleh industri batik yang ada.

## Advokasi dan pemasaran sosial kepada konsumen mengenai batik tulis dan batik cap

Advokasi dan pemasaran sosial (*social marketing*) terhadap esensi batik bertujuan untuk meningkatkan pemahaman konsumen mengenai perbedaan antara batik tulis/cap dengan *printing* bermotif batik. Advokasi dan pemasaran sosial dapat dilakukan melalui media massa maupun media digital. Pemanfaatan media digital dengan melakukan digital *storytelling* dimana pemerintah, asosiasi, industri batik, pendamping, dan masyarakat penggiat batik mengedukasi masyarakat luas melalui tulisan yang mendukung batik tulis/cap. Untuk mempercepat proses ini, maka perlu pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter maupun lainnya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Jumlah industri batik di Indonesia diperkirakan mencapai 6.120 unit dengan tenaga kerja sebanyak 37.093 orang dan mampu mencapai nilai produksi sekitar 407,5 miliar rupiah per bulan atau setara 4,89 triliun rupiah per tahun. Permasalahan yang dihadapi oleh industri batik terdiri dari *printing*, bahan baku, keterampilan tenaga kerja, pengembangan usaha kain lokal, pengelolaan limbah, pembinaan dan pendampingan oleh Organisasi Perangkat Daerah (OPD), persaingan dengan *printing* bermotif batik.

### Saran

Perlu dilakukan pendataan secara reguler dan berkelanjutan mengenai sebaran industri batik di Indonesia dan sosialisasi kepada masyarakat tentang

perbedaan batik tulis, batik cap, dan *printing* bermotif batik. Selain itu, juga perlu dilakukan penelitian mengenai persepsi dan preferensi konsumen terhadap batik motif budaya lokal.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah dan Aneka atas kesempatan yang telah diberikan untuk melaksanakan penelitian ini. Terima kasih juga kepada Dinas Perindustrian, asosiasi pengusaha/perajin batik, dan industri batik pada masing-masing wilayah penelitian atas kesediannya berbagi informasi dan berdiskusi mengenai perkembangan industri batik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, D. F. (2014). Fashion and Fashion Education Journal. *Fashion and Fashion Education Journal*, 3(1), 27–33.
- Asri, D. P. B. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Kebudayaan Melalui World Heritage Centre UNESCO. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 25(2), 256–276.
- DISBUDPAR Jambi. (2017). *Batik Jambi*. <https://disparbud.jambikota.go.id/batik-jambi/>
- Handayani, W. (2018). Bentuk, Makna Dan Fungsi Seni Kerajinan Batik Cirebon. *Jurnal ATRAT*, 6(1), 58–71.
- Handoyo, & Wikanto, A. (2015). *Impor Batik tak Lagi Bebas*. <https://nasional.kontan.co.id/news/imp-or-batik-tak-lagi-bebas>
- Kina. (2013). *Batik Nusantara: Batik of the Archipelago*.
- Kurniasih, R. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Batik Tulis Banyumas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi (JEBA)*, 20(01), 1–12.
- Lusianti, L. P., & Rani, F. (2012). Model

- Diplomasi Indonesia Terhadap UNESCO Dalam Mematenkan Batik Sebagai Warisan Budaya Indonesia Tahun 2009 Leni Putri Lusianti \* & Faisyal Rani \*. *Jurnal Transnasional*, 3(2).
- Masiswo, Setiawan, J., Atika, V., & Mandegani, G. B. (2017). Karakteristik Fisik Produk Batik Dan Tiruan Batik. *Dinamika Kerajinan Dan Batik: Majalah Ilmiah*, 34(2), 103–112. <https://doi.org/10.22322/dkb.v34i2.3439>
- Nawawi, E. (2018). Jangan Sebut itu "Batik printing" Karena Batik Bukan printing. *Melayu Arts and Performance Journal*, 1(1), 25–36.
- Nurainun, Heriyana, & Rasyimah. (2008). Analisis Industri Batik di Indonesia. *Fokus Ekonomi*, 7(3), 124–135.
- Oscario, A. (2014). Simulasi Citra Nasionalis Melalui Fashion: Studi Kasus Batik printing dalam Gaya Hidup Post Modern Masyarakat Kota. *Humaniora*, 5(2), 551–560. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i2.3112>
- Patji, A. R. (2010). Pengembangan dan Perlindungan Kekayaan Budaya Daerah: Respon Pemerintah Indonesia Terhadap Adanya Klaim Oleh Pihak Lain. *Masyarakat & Budaya*, 167–188.
- Raf, M. (2012). Analisis Eksplanatori Faktor Daya Saing Industri Kecil (Studi pada Sentra Industri Kecil Batik di Kota Jambi). *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(2), 91–101.
- Randa, G., & Rani, F. (2014). Diplomasi Indonesia Terhadap UNESCO dalam Meresmikan Subak Sebagai Warisan Budaya Dunia. *JOM FISIP*, 2(2), 1–14. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rinawati, D. I., Puspitasari, D., & Muljadi, F. (2012). Penentuan Waktu Standar dan Jumlah Tenaga Kerja Optimal Pada Produksi Batik Cap (Studi Kasus: IKM Batik Saud Effendy, Laweyan ). *J@Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, VII(3), 143–150.
- Rinawati, D. I., Sari, D. P., WP, S. N., Muljadi, F., & Lestari, S. P. (2013). Pengelolaan Produksi Menggunakan Pendekatan Lean and Green untuk Menuju Industri Batik yang Berkelanjutan (Studi Kasus di UKM Batik Puspa Kencana). *J@Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, VIII(1), 43–50. <https://doi.org/10.12777/jati.8.1.43-50>
- Rori, H. (2013). Analisis Penerapan Tax Planning Atas Pajak Penghasilan Badan. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 410–418.
- Salma, I. R., & Eskak, E. (2012). Kajian Estetika Desain Batik Khas Sleman "Semarak Salak." *Dinamika Kerajinan Dan Batik: Majalah Ilmiah*, 32(2), 1–8.
- Setiawan, J., Mandegani, G. B., & Rufaida, E. Y. (2014). Analisis Kesesuaian Kursi Pembatik Terhadap Kondisi Antropometri Pekerja Batik Tulis. *Dinamika Kerajinan Dan Batik: Majalah Ilmiah*, 31(2), 113. <https://doi.org/10.22322/dkb.v31i2.1077>
- Setiawati, E., Abdullan, I., & Lasiyo. (2011). Strategi Pengembangan Komoditas Studi Tentang Budaya Ekonomi di Kalangan Pengusaha Batik Laweyan. *KAWISTARA*, 1(3), 213–320. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Singgih, A. P. (2016). Karakteristik Motif Batik Kendal Interpretasi dari Wilayah dan Letak Geografis. *Jurnal Imajinasi*, X(1).
- Suhardi, B., Laksono, P. W., & Fadhillah, N. N. (2017). Analisis Penerapan Produksi Bersih pada Batik printing IKM Batik Puspa Kencana Laweyan Surakarta. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 27(2), 182–191. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2017.27.2.182>

- Suliyanto, Novandari, W., & Setyawati, S. M. (2015). *Persepsi Generasi Muda Terhadap Profesi. XVIII*(1), 135–144.
- Suryani, I. (2017). *Terpesona Lembaran Kain Sumatera Selatan*.  
[https://travel.detik.com/dtravelers\\_stories/u-3673319/terpesona-lembaran-kain-sumatera-selatan](https://travel.detik.com/dtravelers_stories/u-3673319/terpesona-lembaran-kain-sumatera-selatan)
- Triana, N. N., & Retnosary, R. (2020). Pengembangan Model Pemasaran Batik Karawang Sebagai Produk Unggulan Daerah. *Jurnal Inovasi Dan Pengelolaan Laboratorium*, 2(1), 21–27.
- Tololiu, A. P. (2014). Perlindungan Hukum terhadap Kain Bentenan sebagai Ekspresi Budaya Tradisional Sulawesi Utara. *Jurnal Hukum Unsrat*, II(2), 1–12.
- Utami, A. D., & Triyono, R. A. (2011). Pemanfaatan Blackberry Sebagai Sarana Komunikasi dan Penjualan Batik Online dengan Sistem Dropship di Batik Solo 85. *Jurnal Speed - Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 3(3), 33–40.  
<https://doi.org/10.3112/speed.v4i4.1099>
- Wahyuningsih, N., & Fauziah, N. (2016). *Industri Kerajinan Batik Tulis Trusmi dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pengrajin Batik Tulis Trusmi di Desa Trusmi Kulon Cirebon*. 4(2), 124–132.
- Wulandari, A. (2011). *Batik Nusantara Makna Filosofis, Cara Pembuatan, dan Industri Batik*. Andi OFFSET.

